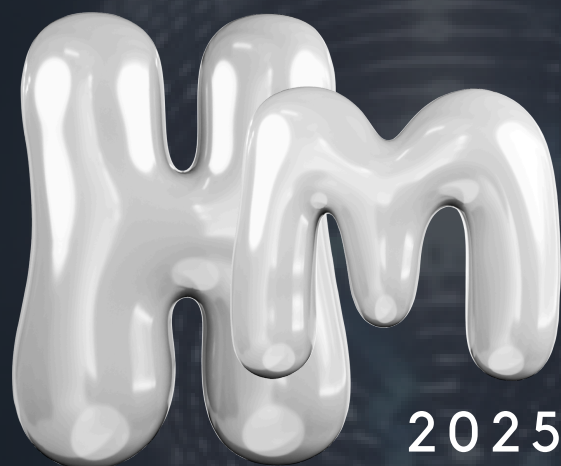


CAS CONTRAT



Ronde 3

Rédigé par

Chloé Courtemanche - Spécialiste marketing, Investissement Ray Junior
Jasmine Duplessis - VP Académique, Happening Marketing 2025



RÉVOLUTIONNER L'EXPÉRIENCE AQUATIQUE AU QUÉBEC

Félicitations! Vous avez été sélectionné comme l'un des trois finalistes pour convaincre les juges que votre stratégie est celle qui mérite le podium et, plus important encore, qu'elle est viable pour Investissement Ray Junior.

MANDAT

Dans votre présentation finale à Investissement Ray Junior, vous devez aborder la question de la rentabilité de votre campagne et des indicateurs clés que l'entreprise devrait suivre pour mesurer son succès. Il est également important d'inclure un calendrier complet afin de présenter ces indicateurs clés tout au long de la mise en œuvre, qui durera un an.

Investissement Ray Junior souhaite s'assurer que la campagne met en avant les avantages uniques du Mōrea Parc Aquatique, tels que ses attractions innovantes, son emplacement stratégique au cœur de Cité Mirabel, et son potentiel à devenir une destination de choix pour les familles et les touristes. Veillez à réfléchir à l'impact de cette stratégie sur le public, notamment en termes de satisfaction et de fidélisation, et aux éléments clés à prendre en compte pour la campagne, comme les partenariats locaux, les activations marketing et les relations publiques.



2025

notre dernière danse